

Memoria del seminario

Comportamiento y tendencias del mercado de café y los retos de las empresas sociales

noviembre de 1999



ACERCA DE ESTA PUBLICACIÓN

Esta publicación y el trabajo descrito en ella fueron financiados por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), en el contexto de CONCAUSA, la declaración Conjunta Centroamérica – Estados Unidos (Miami, octubre de 1994) sobre la conservación del ambiente en Centroamérica. Las opiniones e ideas presentadas aquí no son necesariamente respaldadas por USAID, ni representan sus políticas oficiales.

ABOUT THIS PUBLICATION

This publication and the work described in it were funded by the U.S. Agency for International Development (USAID), in the context of CONCAUSA, the Joint Central America – USA declaration (Miami, October 1994) on conservation of the environment in Central America. The views and ideas presented here are not necessarily endorsed by USAID, nor do they represent USAID's official policies.

CONTENIDO

Página

PRESENTACIÓN	2
I. OBJETIVOS	3
II.1 OBJETIVO GENERAL	3
II.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
II. CONTENIDO	4
II.1 PROGRAMA DESARROLLADO:	4
II.2 DESCRIPCIÓN DE LOS TEMAS	5
<i>a. Mercado convencional</i>	5
<i>b. Mercado de café orgánico</i>	5
<i>c. Mercado equitativo</i>	5
<i>d. Perspectivas del mercado de café</i>	6
<i>e. Foro: Tendencias y Oportunidades del mercado del café</i>	6
<i>f. Calidad total en la empresa cafetalera</i>	6
<i>g. Experiencia de UCRAPROBEX, de El Salvador</i>	6
<i>h. Procesamiento del café en el beneficio seco</i>	6
<i>i. El beneficiado húmedo y la calidad del café</i>	7
<i>j. Mercado de futuros y administración de riesgos</i>	7
<i>k. Mayacert, una alternativa nacional de certificación</i>	7
<i>l. Requisitos para la inscripción en el registro de FLO, International</i>	8
III. PARTICIPANTES	8
III.1 ORGANIZACIONES PARTICIPANTES	8
III.2 EXPECTATIVAS DE LOS PARTICIPANTES.....	9
IV. RESULTADOS	11
IV.1 RESULTADOS POR OBJETIVOS	11
IV.2 RESULTADOS DE EVALUACIÓN DE LOS PARTICIPANTES	12

I. PRESENTACIÓN

El café, constituye el principal producto de exportación de nuestros países, representando en promedio el 30% del total de las exportaciones, constituyéndose en el principal generador de divisas y de empleo.

Una de los atributos especiales del café, es el hecho de cultivarse bajo sombra, lo cual aparte de generar ingresos económicos y empleo, permite la conservación y protección de las laderas, al formar el bosque artificial más grande de la región, que contribuye además, en la generación de volúmenes considerables de oxígeno y en la captura de carbono.

Para los pequeños productores en particular, el café ha significado el principal sustento para la economía familiar, ya que además de generar la mayor parte de sus ingresos económicos, genera otros subproductos que son aprovechables, tales como: la leña que se utiliza como combustible en la cocina, lo cual ha contribuido a evitar la depredación de los bosques naturales y la pulpa de café, que es utilizada como fuente de abono orgánico en la producción.

La situación actual de los precios en el mercado, representa una amenaza seria para los productores, ya que de la evolución de los precios, depende en gran medida la sostenibilidad de las plantaciones; puesto que así lo presenta la historia, demostrando que los períodos de bajos precios, traen como consecuencia una disminución en la inversión en producción, lo cual se traduce en una disminución en los rendimientos por área. Por el contrario, los períodos de precios altos, estimulan la inversión en la producción, lo que tiende a mejorar los rendimientos por unidad de área. Desafortunadamente, esta situación es cíclica para el café, pero que es posible afrontarla manejando las unidades de producción con criterio empresarial.

Las organizaciones de pequeños productores de café no se escapan de esta situación, por lo que es necesario emprender acciones que permitan que sus dirigentes y personal responsable de la dirección de las mismas, tengan acceso a información que les provea de instrumentos técnicos, que conlleven a la solución de sus problemas. Es así como, La Asociación para la Promoción del Comercio Equitativo para Centroamérica, México y el Caribe, -CRECER- con el apoyo de HIVOS y PROARCA/CAPAS desarrolló este seminario con el cual se brindaron elementos de información y formación a cuadros medios y directivos de organizaciones de pequeños productores en temas relacionados al comportamiento, tendencias y requerimientos del mercado de café.

Esta información se complementa con una carpeta informativa que fue distribuida a los participantes durante la realización del seminario, la cual contiene de forma ampliada el desarrollo de cada uno de los temas.

II. OBJETIVOS

II.1 Objetivo general

- Contribuir a la formación de cuadros medios y directivos de organizaciones de pequeños productores de café para mejorar la capacidad gerencial y comercial.

II.2 Objetivos específicos

- Que las organizaciones amplíen sus conocimientos sobre el comportamiento y tendencias del mercado de café equitativo, convencional y orgánico.
- Brindar a los participantes información y herramientas prácticas en temas relacionados a sistemas de calidad, procesamiento, certificación y comercialización de café.
- Propiciar el intercambio entre las diferentes organizaciones de productores de café tanto a nivel de Guatemala como de otros países de la región.

II. CONTENIDO

II.1 Programa desarrollado:

Fecha	Hora	Tema	Responsable
Miércoles: 27.10.99	08:00 - 08:30	- Inscripción.	- Organizadores
	08:30 - 09:00	- Inauguración y presentación del seminario.	- Fernando Vargas, Asociación CRECER.
	09:00 - 10:00	- Mercado convencional.	- John Cossette Royal Coffee, U.S.A.
	10:00 - 10:30	- Receso-café.	
	10:30 - 11:30	- Mercado de café orgánico.	- Rosario Castellón Equal Exchange, U.S.A.
	11:30 - 12:30	- Mercado equitativo.	- Carlos Murillo Consultor, Costa rica
	12:30 - 14:00	- Almuerzo.	
	14:00 - 15:00	- Perspectivas del mercado de café.	- Esther Eskenasy Anacafé, Guatemala.
	15:00 - 15:30	- Receso-café.	
	15:30 - 18:00	- Foro: Tendencias y oportunidades del Mercado de café.	- John Cossette, - Rosario Castellón, - Carlos Murillo, - Esther Eskenasy.
Jueves: 28.10.99	08:00- 10:00	- Calidad total en la empresa cafetalera.	- Jorge Mario Nufio, Contesse, Guatemala.
	10:00 - 10:30	- Receso-café.	
	10:30 - 12:30	- Experiencia de Ucraprobex de El Salvador, en la comercialización del café.	- Mario Monroy, Ucraprobex, El Salvador.
	12:30 - 14:00	- Almuerzo.	
	14:00 - 15:30	- Procesamiento del café en el beneficio seco y control de calidad.	- Gustavo Ruiz, Multiexport, Guatemala
	15:30 - 16:00	- Receso-café.	
16:00 - 18:00	- El Beneficiado húmedo y la calidad del café.	- César Rodas, Consultor independiente.	
Viernes: 29.10.99	08:00 - 10:00	- Mercado de futuros y administración de riesgos.	- Federico Varela, Coffee Marketing Systems, Costa Rica.
	10:00 - 10:30	- Receso-café.	
	10:30 - 11:30	- Mayacert, una alternativa nacional de certificación.	- Noé Rivera, Mayacert, Guatemala.
	11:30 - 12:30	- Requisitos para la inscripción en el registro de FLO, International.	- Guillermo Denaux, Monitor FLO.
	12:30 - 13:00	- Evaluación y clausura.	- Organizadores.

II.2 DESCRIPCIÓN DE LOS TEMAS

a. Mercado convencional

El mercado convencional de café, se refiere a la comercialización de todo café que no tiene ninguna especialidad en la producción y que representa actualmente el mayor volumen en las transacciones del producto a nivel mundial.

Con la finalidad de que las organizaciones de pequeños productores de café conozcan pormenores de este mercado, se incluyó el presente tema, el cual fue desarrollado por el señor John Cossette, representante de Royal Coffee, de Estados Unidos, quien manifestó que más del 80% del café comercializado por esta empresa, corresponde a café convencional. Además de disertar dicho tema, el señor Cossette, celebró reuniones con representantes de algunas organizaciones con la finalidad de iniciar directamente relación comercial.

b. Mercado de café orgánico

Por considerarse un tema de actualidad, se incluyó el mercado de café orgánico, el cual fue desarrollado por Rosario Castellón representante de Equal Exchange, de los Estados Unidos, quien expuso que entre el 40% al 50%, del café orgánico certificado en el mundo, es producido por pequeños productores.

Entre los contenidos desarrollados se pueden mencionar: a) reseña del crecimiento del mercado de café orgánico, b) tendencias del mercado de café orgánico, c) la participación de los productores, d) el premio orgánico, e) limitaciones y retos para la producción y comercialización de café orgánico.

c. Mercado equitativo

Debido a la caída de los precios en la bolsa de Nueva York en la actualidad, el mercado equitativo constituye una de las alternativas atractivas para los pequeños productores organizados, ya que este mercado mantiene un precio mínimo de US\$126.00 x quintal oro exportable de café convencional y US\$126.00 + un premio de US\$20.00 (US\$146.00 en total) x quintal oro de café orgánico certificado.

Este tema fue desarrollado por el señor Carlos Murillo de Costa Rica, quien es consultor de algunas organizaciones de productores en Centro América. El señor Murillo, entre otros temas abordó los siguientes: a) el proceso de inserción de las organizaciones de pequeños productores en el registro de FLO, b) los tipos de mercado (por tipo de comprador y por tipo de café), c) algunos lineamientos para acceder al mercado equitativo, etc.

d. Perspectivas del mercado de café

La inclusión de este tema obedece a la necesidad de profundizar respecto al conocimiento sobre los factores que influyen en el comportamiento de los precios del café en la bolsa de valores de Nueva York, así como a las perspectivas de la cosecha 99/2000. Dicho tema fue desarrollada por la señora Esther Eskenasy, experta en análisis de mercado de la Asociación Nacional del Café, -ANACAFÉ-.

e. Foro: Tendencias y Oportunidades del mercado del café

Con la finalidad de tener un espacio de tiempo que permita plantear consultas, así como ampliar algunos aspectos sobre los temas desarrollados con relación al mercado de café, se desarrolló el foro: Tendencias y oportunidades del mercado de café, en el cual participaron los señores (as) John Cossette, Carlos Murillo, Rosario Castellón y Esther Eskenasy. Durante el foro, se pudo apreciar la participación activa de los representantes de las diferentes organizaciones.

f. Calidad total en la empresa cafetalera

El propósito principal de este tema, fue el de dejar mensajes de reflexión en los participantes con relación a la importancia que tiene una administración eficaz, eficiente y efectiva, respecto a la calidad total aplicada en las diferentes áreas que involucra una empresa social productora de café, que incluye entre otros: a) la calidad total en la producción de café, b) la calidad total en la administración propiamente dicha y c) la calidad total en el mercadeo.

Dicho tema, estuvo a cargo del señor Jorge Mario Nufio, experto en el área de administración de empresas con énfasis en el sector cafetalero.

g. Experiencia de UCRAPROBEX, de El Salvador

La idea de incluir la participación del señor Mario Monroy, actual gerente de UCRAPROBEX, (Unión de Cooperativas de la Reforma Agraria de Productores, Beneficiadores y Exportadores de Café), fue la de compartir la experiencia exitosa de esta organización de segundo grado respecto a la comercialización de café, principalmente con relación a la industrialización del café (Café orgánico Pipil).

h. Procesamiento del café en el beneficio seco

A pesar de que generalmente las organizaciones de productores de café, no llegan a procesar el café en beneficio seco (con excepción de muy pocas organizaciones), se consideró importante incluir este tema, ya que con ello se pretende que los representantes

de las mismas, conozcan los detalles que involucra esta etapa previa a la exportación de café, la cual incluye desde la recepción del café en pergamino, hasta la maquila del mismo, cumpliendo con los controles de calidad y los requisitos mínimos del café de exportación.

Esta conferencia fue desarrollada por el señor Gustavo Ruiz, representante de MULTIEXPORT, de Guatemala.

i. El beneficiado húmedo y la calidad del café

El objetivo principal de este tema, fue el de recalcar la importancia que representa la calidad del café para su comercialización, ya que esta etapa (beneficiado húmedo), está bajo responsabilidad de las organizaciones de productores. En muchas ocasiones, ha sido muy común conocer experiencias de algunas organizaciones, que por descuidos en el proceso del café en el beneficio húmedo, han echado a perder la calidad del producto que con tanto esfuerzo se produce en el campo. En otras palabras, la calidad del café viene desde el campo y que puede preservarse con un buen beneficiado; pero que puede afectarse a través de un mal proceso.

Este tema fue desarrollado por el señor César Rodas, experto nacional en beneficiado húmedo del café, quien entre otros, desarrolló los siguientes subtemas: a) características que distinguen la calidad del café, b) constituyentes del café, c) etapas del proceso del café (recepción del café maduro, despulpado y clasificado, fermentado, lavado, secado, almacenamiento) y d) defectos provocados por un mal proceso.

j. Mercado de futuros y administración de riesgos financieros

Con la intención de brindar a los participantes conocimientos técnicos sobre opciones de mercado, se incluyó el tema sobre mercado de futuros y administración de riesgos, el cual estuvo a cargo del señor Federico Varela, experto costarricense, representante de Coffee Market Systems, quien tuvo a bien compartir su valiosa experiencia, desarrollando los tópicos siguientes: a) mercados físicos de contado, b) mercados para entrega diferida, c) mercados de futuro, d) contratos de futuro, e) procesos para administrar el riesgo, etc.

k. Mayacert, una alternativa nacional de certificación

Considerando que algunas de las organizaciones participantes han implementado el sistema de producción de café orgánico y otras están en proceso de implementación, se consideró oportuno incluir la participación del señor Noé Rivera, quien es representante de MAYACERT, como una alternativa de certificación; ya que dicha agencia actualmente está trabajando en cocertificación con BCS, OKO, Garantie de Alemania, lo cual puede ser una opción para acceder el café orgánico de las organizaciones, al mercado europeo.

El contenido del tema desarrollado por el señor Rivera, incluyó lo siguiente: a) servicios de Mayacert, b) normas de producción y procesamiento, c) requisitos necesarios para la gestión de la certificación.

I. Registro de FLO, International

Una de las preocupaciones de las organizaciones, es la oportunidad de acceder al mercado equitativo, razón por la cual se gestionó la participación del señor Guillermo Denaux, monitor de Fairtrade Labelling Organizations International, -FLO-, para que desarrollara la conferencia sobre los requisitos mínimos para la inscripción en el registro de FLO, con lo cual no solo se cumplió con brindar información, sino que además, algunas de las organizaciones establecieron relaciones directas de gestión, sobre su posible inscripción en dicho registro.

III. PARTICIPANTES

III.1 Organizaciones participantes

Organización/jurisdicción	Representada por:
<i>Organizaciones Nacionales:</i>	
1. Manos Campesinas, Quetzaltenango, Guatemala	1. Luís Maldonado 2. Mynor Huertas 3. Sebastián Alonzo Solís
2. Guayab' Asociación Civil, Jacaltenango, Huehuetenango.	4. Pablo Camposeco 5. Lucas Silvestre 6. Antonio Catalino Montejo
3. Inko Xanakon, Jocotán, Chiquimula.	7. Marvin Casasola 8. Pedro Vásquez 9. Dimitri Lecarte
4. ASOBAGRI, Barillas, Huehuetenango.	10. Francisco González 11. Norman Roy
5. Coop. La Voz Que Clama en el Desierto, San Juan La Laguna, Sololá.	12. Benjamín Cholutío Cholutío 13. Federico Manuel Ujpán
6. FEDECOVERA, Cobán, Alta Verapaz.	14. Cervio Gustavo Caal Cuz 15. Otto Leonardo Caal Soto
7. ECA Montellano, San Pedro Yepocapa, Chimaltenango.	16. Aalejandro Ramos Pérez
8. Mundo Verde, Aldea Loma Linda, El Palmar, Quetzaltenango.	17. Carlos Reynoso
9. Asociación Chajulense, San Gaspar Chajul, El Quiché.	18. Manuel Caba
<i>Organizaciones Internacionales:</i>	
10. PRODECOOP, Nicaragua.	18. Ligia López Ardón 19. Merling Preza

11. APROCAFÉ, Honduras. 12. APECAFÉ/UCRAPROBEX, El Salvador	20. Jorge Luís Moncada 21. Francisco Martínez 22. Carlos David Cruz 23. Mario Monroy 24. Rumaldo Asencio
Organismos de apoyo: 13. PROARCA/CAPAS 14. HIVOS 15. CRECER	25. Damaris Chavez 26. Marisa Martínez 27. Oscar Campos 28. Ileana Cordón 29. Angel Mendoza 30. Aída Fernández 31. Esmeralda Alfaro 32. Tamara Pereira
Expositores 16. Consultor independiente 17. Equal Exchange 18. Royal Coffee 19. FLO 20. ANACAFÉ 21. MAYACERT 22. MULTIEXPORT 23. Consultor 24. CONTESSE 25. ECO OK 26. Coffee Maarket Systems	33. Carlos Murillo 34. Rosario Castellón 35. John Cossette 36. Guillermo Denaux 37. Esther Eskenasy 38. Noé Rivera 39. Gustavo Ruíz 40. César Rodas 41. Jorge Mario Nufio 42. Chris Wunderlich 43. Federico Varela

III.2 EXPECTATIVAS DE LOS PARTICIPANTES

Al inicio del seminario, se solicitó a los participantes plantear sus expectativas, las cuales después de clasificarlas, se agrupan en los siguientes puntos:

- Relacionarse con personas conecedoras del mercado de café, así como establecer contactos con potenciales compradores de café.
- Obtener herramientas administrativas, que contribuyan a la toma de decisiones ágiles y oportunas para la comercialización del café.
- Intercambio de experiencias con los demás participantes.
- Profundizar los conocimientos sobre aspectos de calidad y beneficiado húmedo.

- Enriquecer conocimientos sobre el comportamiento del mercado de café.
- Conocer aspectos sobre producción y certificación de café orgánico.
- Establecer contactos con organizaciones productoras y comercializadoras de café.
- Conocer los factores que influyen en los precios del café.
- Compartir información valiosa sobre la comercialización de café, con los representantes de organizaciones participantes.
- Ampliar conocimiento sobre la estructura de los diferentes tipos de organizaciones, para un mejor entendimiento respecto a los mecanismos de toma de decisiones.
- Conocer elementos que permitan analizar las condiciones actuales de mercado, para una mejor toma de decisiones.
- Intercambiar criterios acerca de las tendencias del mercado de café y algunos de sus nichos, como potenciales oportunidades para las organizaciones de pequeños productores de café.
- Conocer sobre el panorama que se avisa para la cosecha 99/2000.
- Conocer personalmente el testimonio de organizaciones campesinas con relación a las tendencias actuales del mercado de café.
- Actualizar información sobre el funcionamiento del mercado equitativo.
- Conocer las experiencias de organizaciones productoras y comercializadoras de café, en mercados justos.
- Identificar potencialidades de mercado de café, para el desarrollo de las organizaciones de pequeños productores de café.
- Entender mejor la comercialización del café, desde las alternativas a la globalidad de mercados.
- Conocer los requisitos de los mercados, así como los riesgos que implica la comercialización de café.
- Conocer mejor a las organizaciones participantes, su dinámica interna, sus fortalezas y oportunidades, así como sus debilidades y amenazas; para comprenderlas mejor, en beneficio de relaciones futuras de mercado.

- Fortalecer las relaciones entre organizaciones de pequeños productores de café y las organizaciones de apoyo y enlace.
- Con la participación de todas las organizaciones presentes, lograr el fortalecimiento de CRECER.
- Como organizaciones en vías de desarrollo, poder incrustarse dentro de las perspectivas del mercado equitativo.

IV. RESULTADOS

IV.1 Resultados por objetivos

Del objetivo general

De acuerdo a lo manifestado por los participantes en la evaluación cualitativa del seminario, cuyo promedio general se califica de *excelente*, (87.01 puntos), se concluye que el seminario cumplió con el objetivo general, ya que además de contar con expositores expertos en cada una de las ponencias (nacionales e internacionales), se logró establecer *reuniones bilaterales* entre las organizaciones con los expositores, principalmente entre los siguientes:

Expositor/empresa	Organización	Asunto
John Cossette Royal Coffee, U.S.A.	Manos Campesinas Guayab Coop. La Voz Que Clama Asobagri, Apecafé/Ucraprobex	Mercado Mercado Mercado Mercado Mercado
Rosario Castellón, Equal Exchange, U.S.A.	Asociación Chajulense Prodecoop Asobagri	Mercado Mercado Mercado
Gustavo Ruíz, Multiexport	Guayab Asobagri Manos Campesinas Inko Xanakon	Servicios de exportación Servicios de exportación Servicios de exportación Servicios de exportación
Guillermo Denaux, Monitor FLO, International	Guayab Asobagri Coop. La Voz Que Clama ECA Montellano Asociación Chajulense Manos Campesinas	Registro de productores Registro de productores Registro de productores Registro de productores Registro de productores
Noé Rivera, Mayacert	Manos Campesinas, Coop. La Voz que Clama	Certificación Certificación

Por otra parte, el 75 % de los participantes aproximadamente, son personas responsables de la conducción de las organizaciones (entre gerentes y miembros de juntas directivas).

Del objetivo específico # 1

Aparte de la exposición audiovisual por parte de cada conferencista, se entregó *un cartapacio con información por escrito de cada uno de los temas*. Así también se entregó el siguiente material de referencia:

- Manual de caficultura orgánica de Guatemala.
- Manual de normas de OCIA, 1996.
- Manual de certificaciones , Vol. # 1
- Manual de certificaciones, Vol. # 2
- Manual de certificaciones, Vol. # 3

Del objetivo específico # 2

Se logró el intercambio de experiencias entre los participantes, ya que fue muy común observar reuniones entre grupos de representantes de diferentes organizaciones, durante los recesos, así como por las noches.

Del objetivo específico # 3

Aparte de lograr acercamiento entre de las diferentes organizaciones nacionales y centroamericanas, se logró también acercamiento entre de organizaciones participantes con empresas compradoras de café (Royal Coffee y Equal Exchange), empresas de servicios de exportación (Multiexport), empresas certificadoras (Mayacert y EKO, O.K.) y empresas de apoyo al comercio equitativo (FLO); así como entre las organizaciones y los mismos organismos de cooperación como: HIVOS, PRORCA/CAPAS Y CRECER.

IV.2 RESULTADOS DE EVALUACIÓN DE LOS PARTICIPANTES

Con el propósito de conocer la apreciación objetiva de los participantes al evento, se les solicitó que llenaran un cuestionario, cuyo contenido evalúa los aspectos siguientes:

1. Pertinencia de los objetivos y actividades
2. Logro de los objetivos
3. Facilitación
4. Materiales
5. Contribución de los participantes en el logro de los objetivos
6. Organización y convocatoria de la actividad
7. Instalaciones, alimentación y servicios

La calificación fue cualitativa, limitándose a marcar únicamente cualesquiera de los siguientes indicadores: Excelente, Muy bueno, Bueno, Regular y Malo. Para efectos de poder medir cuantitativamente los resultados, se le asignó un valor numérico a cada calificativo, como se describe a continuación:

Excelente	=	de 81 a 100 puntos
Muy bueno	=	de 61 a 80 puntos
Bueno	=	de 41 a 60 puntos
Regular	=	de 21 a 40 puntos
Malo	=	de 01 a 20 puntos

El resultado general de la evaluación es de 87.01 puntos, lo cual corresponde al calificativo de excelente (ver cuadro siguiente), el que satisface de sobremano a la Asociación CRECER y nos compromete aún más a continuar con nuestra misión de servir y apoyar la gestión empresarial de las organizaciones de pequeños productores de café para lograr su inserción en mercados más justos.

RESULTADOS DE EVALUACIÓN DE PARTICIPANTES

Concepto	Código de participantes																					
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1. Pertinencia de los objetivos y actividades	MB	E	MB	MB	MB	MB	MB	E	MB	E	E	E	B	E	MB	MB	MB	E	MB	E	MB	B
2. Logro de los objetivos	MB	MB	MB	MB	MB	MB	MB	R	MB	MB	MB	MB	E	B	E	E	MB	E	MB	E	E	B
3. Facilitación	E	MB	MB	MB	E	MB	E	E	MB	E	E	MB	E	B	E	MB	E	MB	E	E	MB	MB
4. Materiales	E	E	E	MB	E	E	MB	E	MB	E	E	MB	E	MB	E	MB	E	E	MB	E	E	MB
5. Contribución participantes logro de objetivos	MB	MB	B	MB	B	MB	MB	E	MB	E	MB	MB	B	MB	E	E	MB	B	MB	B	B	B
6. Organización y convocatoria de la actividad	E	E	MB	E	E	E	MB	E	MB	E	E	MB	MB	B	MB	MB	E	E	E	B	MB	B
7. Instalaciones, alimentación y servicios	E	E	E	E	E	E	E	E	MB	E	E	MB	E	E	E	E	E	E	E	E	E	MB
Observaciones:																						
E = Excelente = 81 a 100 puntos																						
MB = Muy bueno = 61 a 80 puntos																						
B = Bueno = 41 a 60 puntos																						
R = Regular = 21 a 40 puntos																						
M = Malo = 01 a 20 puntos																						

Concepto	Código de participantes																						Suma	Prom.
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
1. Pertinencia de los objetivos y actividades	80.00	100.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	100.00	80.00	100.00	100.00	100.00	60.00	100.00	80.00	80.00	80.00	100.00	80.00	100.00	80.00	60.00	1880.00	85.45
2. Logro de los objetivos	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	60.00	80.00	80.00	80.00	80.00	100.00	60.00	100.00	100.00	80.00	100.00	80.00	100.00	60.00	60.00	1780.00	80.91
3. Facilitación	100.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	100.00	100.00	80.00	100.00	100.00	80.00	100.00	60.00	100.00	80.00	100.00	80.00	100.00	100.00	80.00	80.00	1940.00	88.18
4. Materiales	100.00	100.00	100.00	80.00	100.00	100.00	80.00	100.00	80.00	100.00	100.00	80.00	100.00	80.00	100.00	80.00	100.00	80.00	100.00	100.00	80.00	80.00	2040.00	92.73
5. Contribución participantes logro de objetivos	80.00	80.00	60.00	80.00	60.00	80.00	80.00	100.00	80.00	100.00	80.00	80.00	60.00	80.00	100.00	100.00	80.00	60.00	80.00	60.00	60.00	60.00	1700.00	77.27
6. Organización y convocatoria de la actividad	100.00	100.00	80.00	100.00	100.00	100.00	80.00	100.00	80.00	100.00	100.00	80.00	80.00	60.00	80.00	100.00	100.00	100.00	100.00	60.00	80.00	60.00	1920.00	87.27
7. Instalaciones, alimentación y servicios	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	80.00	100.00	100.00	80.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	80.00	2140.00	97.27
Sumas totales	640.00	640.00	580.00	600.00	600.00	620.00	600.00	660.00	560.00	680.00	660.00	580.00	600.00	540.00	660.00	620.00	640.00	640.00	620.00	620.00	560.00	480.00	13400.00	609.09
Promedios	91.43	91.43	82.86	85.71	85.71	88.57	85.71	94.29	80.00	97.14	94.29	82.86	85.71	77.14	94.29	88.57	91.43	91.43	88.57	88.57	80.00	68.57	1914.29	87.01